

ANUARI D'ACTIVITATS DE RESPONSABILITAT SOCIAL CORPORATIVA D'EROSKI EL 2010



ÍNDEX

VETERANS EN RESPONSABILITAT SOCIAL CORPORATIVA	05
RESUM DE LES ACTIVITATS DE RESPONSABILITAT SOCIAL CORPORATIVA D'EROSKI EL 2010	07
CAMPANYES PER PROMOURE UNA ALIMENTACIÓ SANA	08
INFORMACIÓ I FORMACIÓ AL CONSUMIDOR	12
PATROCINIS I COL-LABORACIONS	22
ACCIONS DE SOLIDARITAT	26
SUPORT A LES PERSONES AMB DISCAPACITAT	30
CULTURA I ESPORT	34
PREMIS I RECONeixEMENTS OBTINGUTS EL 2010	36



VETERANS EN RESPONSABILITAT SOCIAL CORPORATIVA

DES QUE VAM COMENÇAR EL NOSTRE CAMÍ, JA FA MÉS DE 40 ANYS, SOM UN AGENT ACTIU EN ELS LLOCS ON DESENVOLUPEM LA NOSTRA ACTIVITAT. A EROSKI CREIEM QUE PER ACONSEGUIR UN PROJECTE EMPRESARIAL QUE ES PUGUI QUALIFICAR DE SOSTENIBLE UNA EMPRESA HA D'ATENDRE NO TAN SOLS ALS OBJECTIUS DE RENDIBILITAT ECONÒMICA, SINÓ TAMBÉ AL VESSANT SOCIAL I MEDIAMBIENTAL. S'HA DE GESTIONAR UN "TRIPLE BALANÇ".

A TRAVÉS DE LA FUNDACIÓ EROSKI I DEL FONS RESERVAT COFIP DESTINEM CADA ANY EL 10% DELS NOSTRES BENEFICIS A INICIATIVES ENMARCADAS DINS DEL CONCEPTE DE LA RESPONSABILITAT SOCIAL CORPORATIVA. AMB AQUESTA INVERSIÓ, EL NOSTRE OBJECTIU ÉS TREBALLAR A FAVOR DEL CONSUMIDOR, LA COMUNITAT I EL MEDI AMBIENT EN CLAU D'INTERESSOS SOCIALS.

EN AQUEST SENTIT, UNA DE LES PRIORITATS QUE TENIM ÉS LA INFORMACIÓ I LA FORMACIÓ AL CONSUMIDOR. EL PROJECTE EROSKI CONSUMER, L'EDICIÓ DE GUIES I FULLETS EXPLICATIUS I L'ENGEGADA DE CAMPANYES DIVULGATIVES SÓN UNA BONA MOSTRA DEL NOSTRE AFANY PER PROPORCIONAR AL CIUTADÀ EINES ÚTILS PER AL SEU DIA A DIA. LA SOLIDARITAT, LA SOSTENIBILITAT I EL RESPECTE PEL MEDI AMBIENT TAMBÉ MARQUEN ALTRES VIES DE TREBALL IMPORTANTS. I, A MÉS, RESERVEM UNA PART DELS NOSTRES RECURSOS PER DONAR SUPORT A INICIATIVES DE TERCERS, TANT EN L'ÀMBIT INSTITUCIONAL COM EL SOCIAL.



RESUM DE LES ACTIVITATS DE RSC D'EROSKI EL 2010

- > CAMPANYES PER PROMOURE UNA ALIMENTACIÓ SANA
- > INFORMACIÓ I FORMACIÓ AL CONSUMIDOR
- > PATROCINIS I COL-LABORACIONS
- > ACCIONS DE SOLIDARITAT
- > SUPORT A LES PERSONES AMB DISCAPACITAT
- > CULTURA I ESPORT

CAMPANYES PER PROMOURE UNA ALIMENTACIÓ SANA


ENS PREOCUEM PER LA SALUT DELS NOSTRES CLIENTS. PER AIXÒ, ORGANITZEM DIVERSES INICIATIVES PER EDUCAR ELS CONSUMIDORS EN EL TERRENY DE L'ALIMENTACIÓ, PROMOVENT HÀBITS SALUDABLES A L'HORA DE MENJAR I PROPORCIONANT-LOS INFORMACIÓ D'INTERÈS PER ACONSEGUIR UNA DIETA MÉS EQUILIBRADA.



POR TU CORAZÓN HEMOS ELIMINADO LAS GRASAS TRANS

'PEL TEU COR, HEM ELIMINAT ELS GREIXOS TRANS'

AMB LA COL-LABORACIÓ DE LA FUNDACIÓ ESPANYOLA DEL COR (FEC), EL 2010 LLANCEM UNA CAMPANYA D'INFORMACIÓ I CONSCIENCIACIÓ SOBRE ELS GREIXOS TRANS, PROCEDENTS D'OLIS VEGETALS PARCIALMENT HIDROGENATS I PRESENTS EN ALIMENTS COM ARA MARGARINES, BRIOIXERIA INDUSTRIAL, SNACKS O PLATS PREPARATS.

UNA RACIÓ DE ZUMO NATURAL (1 vaso) CONTIENE						
CALORÍAS	AZÚCARES	GRASA	GRASA SATURADA	SAL	FIBRA	
84	0,7g	0,4g	0,1g	0g	2,5g	
4%	<1%	<1%	0%	0%	10%	
DE LA CANTIDAD DIARIA RECOMENDADA (CDO) PARA UN ADULTO						

Els greixos trans influeixen de manera negativa sobre els nivells de colesterol i, en conseqüència, sobre la nostra salut cardiovascular. Per això, és recomanable evitar-ne el consum. En aquest tema l'aposta d'EROSKI és rotunda, ja que som l'única empresa espanyola de distribució que ha retirat aquest component de tots els nostres productes de marca pròpia, de manera que hem donat resposta a la demanda d'aliments més sans expressada pels consumidors en els FOCO (fòrums de participació dels consumidors en els quals ens transmeten la seva opinió sobre diversos temes vinculats amb la nostra activitat que els afecten).

La campanya que es va engegar el 2010 per comunicar aquesta iniciativa va ser una de les més reeixides de l'any i va implicar tots els canals de comunicació. Es van difondre al voltant de 430.000 fullets als nostres establiments. A la tasca d'informació a l'entorn d'aquest tema va estar acompanyada d'ofertes en alguns articles, degustacions de productes, un concurs, anuncis a la televisió, aparicions a EROSKI CONSUMER i altres mitjans de comunicació...

En total, més de 70.000 clients van participar de manera activa en la campanya. La majoria (61%) va rebre assessorament personalitzat, però també van ser molts (37%) els que van poder gaudir de les degustacions de productes sense greixos trans per comprovar que el seu sabor es mantenia intacte. La iniciativa va ser un èxit, tant pel nombre de consumidors que hi van prendre part com pel nivell de comprensió del missatge que es va aconseguir.



'PER LA TEVA SALUT, FIXA-T'HI I UTILITZA EL SEMÀFOR NUTRICIONAL DELS PRODUCTES EROSKI'

AMB L'AVAL DE L'ASSOCIACIÓ ESPANYOLA DE DIETISTES-NUTRICIONISTES (AEDN), EL 2010 VAM ORGANITZAR UNA CAMPANYA PERQUÈ ELS NOSTRES CLIENTS APRENGUÉSSIN A UTILITZAR EL SEMÀFOR NUTRICIONAL INCORPORAT ALS PRODUCTES EROSKI. AQUESTA EINA POT SER ÚTIL PER ACONSEGUIR UNA DIETA MÉS EQUILIBRADA, JA QUE PROPORCIONA INFORMACIÓ NUTRICIONAL DE VALOR QUE ENS PERMET SELECCIONAR I COMBINAR MILLOR ELS PRODUCTES A L'HORA D'ANAR A COMPRAR I DE CONFECCIONAR MENÚS.

Un vaso de 250ml contiene / 250ml-ko baso bakoitzak
Un got de 250ml conté / Un vaso de 250ml contén

CALORÍAS	AZÚCARES	GRASA	GRASA SATURADA	SAL
116	12,0g	3,9g	2,7g	0,3g
6%	13%	6%	14%	5%

de la Cantidad Diaria Orientativa (CDO) para un adulto*
Pertsona heldu baintzako Eguneko Gubi Gorabeherako Kopurua (EGKI)*
de la Quantitat Diària Orientativa (QDO) per a un adult*
da Cantidade Diaria Orientativa (CDO) para un adulto*



Els consumidors, a través dels Focus que organitzem en EROSKI per conèixer la seva opinió, ens van demanar que incloguéssim més informació sobre els aliments en els envasos. L'any 2007 vam llançar el nostre etiquetatge nutricional i, des d'aleshores, hem continuat millorant-lo i implantant-lo cada vegada en més productes. Actualment, tots els articles d'alimentació d'EROSKI porten integrat el semàfor nutricional (un senzill codi de colors que indica si la quantitat de cada nutrient és alta, mitjana o baixa) i les icones nutricionals que indiquen, per exemple, si el producte és apte per a celíacs o si conté greixos trans afegits.

Durant la campanya pedagògica que es va dur a terme el 2010, vam editar un fullet informatiu i vam engegar diverses iniciatives als centres EROSKI. Un nutricionista professional va recórrer els nostres establiments amb l'objectiu d'explicar, ajudant-se de productes i exemples concrets, per a què serveix el semàfor nutricional i com es fa servir. En aquestes presentacions, hi van participar gairebé 148.000 consumidors.

De manera paral·lela, es va organitzar un esdeveniment itinerant que va recórrer part de la nostra xarxa d'hipermercats. Una "calculadora nutricional" innovadora va viatjar per 21 centres, i va permetre als participants saber si la seva dieta era equilibrada simplement escanejant els codis de barres dels productes EROSKI més habituals en la seva dieta. Un total de 15.253 persones van provar aquesta curiosa calculadora.

Des d'EROSKI CONSUMER, el 2010 també vam engegar un FOCUS virtual, un fòrum d'opinió obert a tots els consumidors i usuaris d'Internet adreçat a recollir la seva posició pel que fa a l'etiquetatge nutricional. En total, hi van prendre part més de 4.500 consumidors que, majoritàriament, consideren que l'etiquetatge nutricional d'EROSKI és el més senzill (66% de vots), útil (67%), comprensible (74%) i complet (70%). 3 de cada 4 participants van valorar l'etiquetatge d'EROSKI com més comprensible.

INFORMACIÓ I FORMACIÓ AL CONSUMIDOR

UNA DE LES NOSTRES LÍNIES DE TREBALL MÉS IMPORTANTS ÉS PROPORCIONAR AL CIUTADÀ INFORMACIÓ DE VALOR QUE PUGUI AJUDAR-LO A PRENDRE DECISIONS A L'HORA DE CONSUMIR PRODUCTES I SERVEIS. EL VAIXELL ALMIRALL D'AQUESTA TASCA ÉS EROSKI CONSUMER I LA FEINA QUE DUU A TERME DES DE FA MÉS DE 30 ANYS, PERÒ TAMBÉ DISPOSEM DE CAMPANYES VETERANES I RECONEGUDES, COM INFOJUEGO, I ALTRES DE MÉS ACTUALS I IGUALMENT REEIXIDES, COM ARA REDUEIX LA TEVA PETJADA DE CARBONI.



EROSKI CONSUMER

AMB AQUEST PROJECTE, ENS MANTENIM COM A LÍDERS A ESCALA NACIONAL EN MATÈRIA D'INFORMACIÓ I FORMACIÓ AL CONSUMIDOR. A TRAVÉS DE LA FUNDACIÓ EROSKI, JA FA MÉS DE TRES DÈCADES QUE S'EDITA LA REVISTA I, EL 1998, TAMBÉ VAM ENGEGAR EL WEB WWW.CONSUMER.ES.



El nostre objectiu, des d'EROSKI CONSUMER, és crear i difondre informacions que puguin ajudar els ciutadans a encertar en les decisions de la seva vida quotidiana. L'alimentació i la promoció d'uns hàbits de vida saludables en componen un dels eixos principals, però EROSKI CONSUMER abasta també altres temàtiques de marcat interès per al consumidor, com el medi ambient, la solidaritat, l'economia o les noves tecnologies. Aquest projecte és el resultat del treball d'un ampli equip format per professionals de diferents àmbits: periodistes, nutricionistes, científics, juristes, dissenyadors gràfics, programadors d'Internet...

La qualitat, la credibilitat i la utilitat de les nostres informacions és el que ha portat EROSKI CONSUMER a convertir-se en un referent indiscutible en el terreny de la informació i la formació al consumidor. Així ho avalen les xifres i la fidelitat dels consumidors. Cada mes, al voltant de 625.000 persones llegeixen la nostra revista i gairebé tres milions d'usuaris únics naveguen per la seva pàgina web. A més, el 2010, els butlletins electrònics van superar ja el milió de subscriptors. El reconeixement a aquest treball es reflecteix també en els mitjans de comunicació, que han citat la nostra labor en més de 2.000 ocasions, i en els premis rebuts.

Entre les novetats del 2010, destaca l'aplicació per connectar-se i visualitzar la Guia d'EROSKI CONSUMER del Camí de Santiago a través de l'iPhone. Aquesta guia on-line és la més visitada del món pel que fa a la temàtica que tracta, amb gairebé un milió i mig d'usuaris l'any. Vam decidir fer un pas més i, en ple Any Xacobeo, vam presentar una nova manera de consultar-ne els continguts per fer encara més accessible la informació que els pelegrins necessiten abans o durant la marxa.



INFOJUEGO: ENCERTA-LA AMB LES JOGUINES

PER NADAL, EROSKI VA ENGEGAR LA 14A EDICIÓ D'INFOJUEGO. AQUESTA VETERANA CAMPANYA PROPORCIONA AL CONSUMIDOR TOTA LA INFORMACIÓ NECESSÀRIA PER COMPRAR D'UNA MANERA RESPONSABLE A L'HORA DE TRIAR ELS REGALS PER ALS INFANTS EN AQUESTES DATES, SIGUIN JOGUINES TRADICIONALS, VIDEOJOCs, TELEFONIA MÒBIL O ALTRES DISPOSITIUS TECNOLÒGICS.

L'assessoria del pedagog és el format que més ens demanen els nostres clients, ja que obtenen una atenció individualitzada i una resposta personalitzada a tots els seus dubtes. En total, 122.838 clients van ser atesos el 2010 pels 103 assessors que hi havia en gairebé un centenar d'hipermercats EROSKI. Van ser més de 5.000 hores d'assessoria presencial als centres EROSKI, entre les consultes ateses pels nostres pedagogs (4.678 hores) i els tallers impartits (342 hores).

La majoria dels clients són pares amb fills d'edat inferior als tres anys, que encara no prescriuen i que no demanen la joguina de moda o la que s'anuncia per la TV. El percentatge de consultes es manté estable en un 25% pel que fa als videojocs i en un 75% a les joguines tradicionals.

En aquesta última edició, es van desenvolupar continguts divulgatius a través d'una Guia pedagògica de més de 100 pàgines disponible gratuïtament als expositors de les seccions de joguines i videojocs dels nostres hipermercats. Se'n van editar 250.000 exemplars i va estar molt ben valorada pels consumidors.

—“EM SEMBLA GENIAL QUE HI HAGI ALGÚ ASSESSORANT. HO AGRAEIXO MOLT, PERQUÈ ENS AJUDEN A SABER SI EL QUE ENS HAN DEMANAT ELS FILLS ÉS ADEQUAT O NO PER A LA SEVA EDAT”.

CLIENTA D'EROSKI

—“PEL QUE FA ALS VIDEOJOCs, ENS SOLEN PREGUNTAR QUIN NIVELL DE VIOLÈNCIA TENEN I SI SÓN ADEQUATS O NO PER A UNA EDAT EN CONCRET. ALGUNS CLIENTS TENEN IDEES MOLT CONFUSES A L'ENTORN DE LES DIVERSES PLATAFORMES, MARQUES...”

ASSESSOR INFOJUEGO





REDUEIX LA TEVA PETJADA DE CARBONI

TOT EL QUE FEM DEIXA UNA PETJADA EN L'ENTORN EN FORMA D'EMISSIONS DE CO₂. A EROSKI TREBALLEM PERQUÈ LA NOSTRA SIGUI CADA VEGADA MÉS BAIXA, GRÀCIES A LA MILLORA EN ELS ENVASOS, L'ÚS DE BOSSES REUTILITZABLES I LA IMPLANTACIÓ DE DIVERSES MESURES TANT EN LES NOSTRES BOTIGUES COM EN ELS MITJANS DE TRANSPORT.



Volem que els nostres clients avanci en la mateixa direcció i, per a això, el 2010 vam engegar aquesta campanya en col·laboració amb ECODES, Fundació Ecologia i Desenvolupament. Un dels objectius més importants d'aquesta iniciativa va ser continuar la nostra tasca d'informació i formació al consumidor, aquesta vegada en matèries com la sostenibilitat i el respecte al medi ambient.

Vam organitzar un divertit esdeveniment als hipermercats que va permetre als clients conèixer les emissions de carboni derivades dels hàbits quotidians a través de calculadores, aprendre nous conceptes mitjançant un xou amb bombolles de sabó, descobrir consells per reduir la seva petjada de CO₂ i proposar noves idees. Vam recollir 80 propostes espontànies per reduir emissions.

En aquests esdeveniments, hi van participar més de 198.000 consumidors. El format lúdic-pedagògic del xou de bombolles de sabó ens va permetre arribar tants clients com es van aturar a presenciar un espectacle d'aquest tipus, que van ser molts. De tots ells, gairebé 45.000 van ser assessorats personalment i al voltant de 5.000 van fer servir les calculadores per saber quin era l'impacte de la seva activitat en el medi ambient.

PROPOSTES DELS NOSTRES CLIENTS PER REDUIR LES EMISSIONS DE CO₂:

— COMPRAR PRODUCTES CONSTRUÏTS AMB MATERIALS RECICLATS: PELUIXOS I TITELLES FETS AMB TELES RECICLADES, PER EXEMPLE.

— FER SERVIR ELECTRODOMÈSTICS DE CLASSE A, QUE SÓN ECOLÒGICS PERQUÈ CONSUMEIXEN MENYS ENERGIA.

— APAGAR ELS PILOTS DELS TELEVISORS, DVD...

— DESPLAÇAR-SE AMB BICICLETA O EN TRANSPORT PÚBLIC.

— REUTILITZAR PRODUCTES A CASA, COM PER EXEMPLE EL PA DUR PER FER PA RATLLAT.

— NO FER SERVIR DESODORANTS EN ESPRAI NI LAQUES.

— CONSUMIR FRUITA DE TEMPORADA.

— PLANTAR UN ARBRE CADA ANY PER CADA MEMBRE DE LA FAMÍLIA.

— FORMAR ELS JOVES EN EL TEMA DEL RECICLATGE A L'ESCOLA. ELS INFANTS SÓN CLAU PERQUÈ LA FAMÍLIA RECICLI I S'INTERESSI EN EL MEDI AMBIENT.

... I, AIXÍ, TENIM FINS A 80 EXEMPLES DE TOT EL QUE ELS CONSUMIDORS PROPOSEN PER REDUIR LA SEVA PETJADA DE CARBONI.

MOLTES GRÀCIES A TOTS PER PARTICIPAR-HI!



FOLIS FSC
EROSKI REFORÇA EL SEU COMPROMÍS AMB LA SOSTENIBILITAT APOSTANT PER PRODUCTES AMB GARANTIES MEDIAMBIENTALS I CONSCIENCIANT ELS SEUS CLIENTS PERQUÈ ADQUIREIXIN UNS HÀBITS DE CONSUM RESPECTUOSOS AMB EL MEDI AMBIENT.



Un bon exemple d'això són els folis ecològics amb segell FSC, que garanteixen un ús responsable dels recursos forestals tant en la seva fabricació com en la seva comercialització. AL VOLTANT D'AIXAI voltant d'aquest aspecte i amb el suport de WWF/Adena, el 2010 vam llançar una campanya divulgativa als nostres hipermercats. Es van repartir 425.000 fullets informatius; es van organitzar tallers amb monitors especialitzats a Santander i Terrassa amb gairebé 3.300 consumidors; i es va engegar la primera edició del concurs Cartes a la Natura, en el qual van participar més de 6.000 persones ja sigui amb les cartes o com a jurat popular a través de www.eroski.es.

EXTRACTES DE LES CARTES GUANYADORES:

"... EM DIC VÍCTOR, TINC 11 ANYS (...) TINC UN PROFE FANTÀSTIC, ENS PARLA MOLT DE TU AMB ELS LLIBRES, SOBRETOT ETS AL DE CONEIXEMENT DEL MEDI (...) AH! PER CERT, DÓNA RECORDS AL MEU AMIC EL RIU, L'ÚLTIMA VEGADA QUE EL VAIG VEURE SEMBLAVA QUE EM XIUXIUEGÉS PARAULES MOLT BONIQUES A L'ORELLA. DÓNA RECORDS TAMBÉ ALS ARBRES, QUE M'IMAGINO QUE AVIAT OMLIRAN EL TERRA AMB ELS SEUS BONICS TONS OCRES DE LES FULLES A LA TARDOR I, JA PER ÚLTIM, DIGUES A LA MUNTANYA QUE AQUÍ A LA CIUTAT LA TROBO MOLT A FALTAR..."
CATEGORIA DE 9 A 12 ANYS.

"JO RECICLO CADA DIA, APAGO ELS LLUMS QUAN NO SÓN NECESSARIS I TANCO L'AIXETA DE L'AIGUA QUAN EM RENTO LES DENTS. AIXÍ, PODRIA FER UNA LLISTA IMMENSA DEL QUE S'HA DE FER, DE TOT ALLÒ QUE LA MAJORIA OBLIDA. ELS ÉS IGUAL L'ENDEMÀ, NOMÉS PENSEN A VIURE EL MOMENT PRESENT, A GAUDIR-LO AL MÀXIM SENSE IMPORTAR-LOS RES MÉS, SENSE IMPORTAR-LOS LES CONSEQÜÈNCIES DE TOT AIXÒ. LLAVORS, PER QUÈ TANTA HIPOCRÉSIA? (...) PERQUÈ PER UNS MILERS NO S'ARREGLARÀ EL MÓN SI UNS MILIONS NO HI POSEN GENS PER PART SEVA. PER MOLT QUE LLEGEIXIN, ESCOLTIN..."
CATEGORIA DE 13 A 15 ANYS.

"BENVOLGUDA NATURA: POTSER DE VEGADES NO ENS ATUREM A PENSAR EN TU, PERÒ CADA DIA SÓC MÉS CONSCIENT DE COM N'ETS, D'IMPORTANT, EN LA VIDA. O, MILLOR DIT, QUE TU ETS LA VIDA. HI HA MOLTA GENT QUE NO ES DEDICA A CONTEMPLAR LA TEVA BELLESA, EL TEU ÍMPETU, LA TEVA IMMENSITAT, AQUEST MAGNÍFIC PODER CRUEL I BELL AL MATEIX TEMPS QUE ENS EMBARGA A CADASCUN DE NOSALTRES."
CATEGORIA DE 16 A 18 ANYS.

"AVUI ENTRO A LA DÈCADA DELS CINQUANTA; I SE M'IMPOSA UN EXAMEN DE CONSCIÈNCIA: "ACUSO DE PERTANYER A AQUEST "MÓN DESENVOLUPAT", QUE FA SERVIR UNES ULLERES DE SOL PERMANENTS I, D'AQUESTA MANERA, EVITA QUE EL MÍNIM REFLEX D'UNA REALITAT INCÒMODA PUGUI DANYAR LA SEVA SENSIBLE PUPIL·LA. DE FORMAR PART D'UN "PRIMER MÓN" QUE FA DISCURSOS SOBRE EL CANVI CLIMÀTIC, I ET QUALIFICA D'"ALIENADA", I TU, PER DEFENSAR-TE, REMOUS LES ENTRANYES I FAS TREMOLAR EL SENYOR RICHTER O DIBUIXES TEMIBLES TSUNAMIS QUAN ESTIRES ELS TEUS INFINITS BRAÇOS O, SIMPLEMENT, SANGLOTES, I LES LLÀGRIMES PROVOQUEN UNA NOVA INUNDACIÓ"
CATEGORIA D'ADULTS.



BOSES REUTILITZABLES

QUAN LES BOSES DE PLÀSTIC VAN ENTRAR A LES NOSTRES VIDES, VA SER TOTA UNA REVOLUCIÓ. EREN CÒMODES, ÚTILS I, APARENTMENT, GRATIS. AVUI DIA CONEIXEM EL VERITABLE PREU D'AQUESTES BOSES: SÓN ALTAMENT PERJUDICIALS PER AL MEDI AMBIENT.



— UNA BOSSA REUTILITZABLE POT SUBSTITUIR FINS A 125 BOSES DE PLÀSTIC D'UN SOL ÚS.

— L'IMPACTE MEDIAMBIENTAL DE LA BOSSA REUTILITZABLE ÉS CINC VEGADES MENOR QUE EL DE LA BOSSA DE PLÀSTIC TRADICIONAL.

— PER CADA BOSSA DE PLÀSTIC QUE NO FEM SERVIR, ESTALVIEM 20 GRAMS DE CO₂ AL MEDI AMBIENT.

L'ús de bosses de plàstic, nocives per a la naturalesa, és un dels temes sobre els quals es desenvolupa més consciència social els últims anys. A EROSKI vam ser la primera empresa de distribució a dur al mercat una bossa reutilitzable, per la qual cosa fa molts anys que treballem en aquest àmbit. Per informar sobre això i sensibilitzar els consumidors sobre la necessitat de fer servir bosses reutilitzables per a les compres quotidianes, des d'EROSKI vam engegar una nova campanya en col·laboració amb WWF/Adena. Es van editar gairebé 6 milions i mig de fullets.

STOP IVA

Una de les fites que va marcar l'any des del punt de vista econòmic va ser la pujada de l'IVA, que va afectar tots els consumidors. Coincidint amb l'entrada en vigor dels nous tipus impositius l'1 de juliol de 2010, a EROSKI vam llançar una campanya informativa adreçada a la ciutadania en general. A través de tòtems i fullets explicatius, aquesta iniciativa va tenir un marcat caràcter divulgatiu i es va engegar amb l'objectiu de "refrescar" alguns conceptes bàsics (què és l'IVA?, tipus d'IVA?...) i detallar l'IVA que tenen alguns dels productes més habituals en la compra. SE' Se'n van editar 380.000 fullets.



PATROCINIS I COL·LABORACIONS

AL LLARG DEL 2010 HEM DESTINAT PART DELS NOSTRES RECURSOS A TREBALLAR DE MANERA CONJUNTA AMB ALTRES ORGANITZACIONS, BUSCANT SEMPRE OBJECTIUS D'INTERÈS SOCIAL. TAMBÉ HEM PATROCINAT DIFERENTS ESDEVENIMENTS I HEM PARTICIPAT EN FIRES I CONGRESSOS D'ÍNDOLE DIFERENT.



WWF/ADENA I EROSKI

El 2010 vam col·laborar amb WWF/Adena en campanyes de caràcter mediam-biental, com ara les destinades a promoure l'ús de bosses reutilitzables o el consum responsable de productes amb segell FSC.

A més, vam signar un conveni de tres anys per fomentar un model de pesca més sostenible. A través d'aquest acord, avaluem les fonts principals de subministrament de peix i marisc d'EROSKI (en alguns casos ja disposem de proveïdors que tenen les certificacions corresponents), catalogarem els proveïdors que poden ser candidats a obtenir aquestes certificacions i buscarem fonts alternatives en cas que sigui necessari.

Ens convertim, així, en el primer distribuïdor espanyol que adopta un compromís d'aquesta envergadura, fet que ja és habitual en altres països industrialitzats. I, amb això, fem un pas endavant per assegurar l'origen dels productes que comercialitzem i demostrem que en el nostre camí cap a la sostenibilitat i la responsabilitat no involucrem tan sols els nostres clients, sinó també els nostres proveïdors i l'empresa mateix.

CONFERÈNCIA INTERNACIONAL DE CELÍACS

EROSKI va patrocinar la Conferència Internacional de Celíacs, que es va celebrar el mes de setembre a València dins del marc de l'Assemblea General de l'AOECS (Associació d'Associacions Europees de Celíacs). A més, vam estar presents en els suports de comunicació i es va incloure un fullet explicatiu del programa d'EROSKI Per una Dieta sense Gluten en el dossier dels congressistes. Segons l'organització, hi van assistir 350 persones capdavanteres de les associacions de celíacs espanyoles i europees.

DIA MUNDIAL DE LA CELIAQUIA

Coincidint amb el Dia Mundial de la Celiàquia, que se celebra cada 27 de maig, vam publicar a EROSKI CONSUMER un article sobre les al·lèrgies alimentàries i l'etiquetatge nutricional d'EROSKI, a més d'una entrevista a la gerent de la Federació d'Associacions de Celíacs d'Espanya (FACE). Així mateix, vam donar productes sense gluten a l'Associació de Celíacs d'Euskadi per a la seva assemblea anual i vam organitzar una xerrada col·loqui a l'hipermercat EROSKI de Santander.

FUNDACIÓ ESPANYOLA DEL COR I EROSKI

Des d'EROSKI vam patrocinar el Dia Mundial del Cor (Madrid, setembre del 2010), organitzat per la Fundació Espanyola del Cor (FEC) i l'acte central del qual va ser una concorreguda marató. A més, vam participar en la Setmana del Cor, un esdeveniment que ha recorregut set ciutats (Toledo, Madrid, Oviedo, Santiago, Mèrida, Màlaga i Mallorca) i en el qual han participat un total de 46.000 persones. En el nostre estand conjunt vam organitzar activitats divulgatives, vam repartir fullets informatius i vam engegar tallers d'alimentació per a nens i adults. També



vam publicar els informes elaborats a l'Observatori EROSKI de Nutrició i Benestar, com també els resultats de les campanyes fetes als centres EROSKI al llarg de l'any, en la revista de la Fundació Espanyola del Cor CorazónSalud i al web www.fundaciondelcorazon.com.

BIHOTZ BIZI-CORAZÓN VIVO I EROSKI

Des de fa diversos anys col·laborem amb l'Associació per a la Informació i Prevenció de la Malaltia Cardiovascular (Bihotz Bizi-Corazón Vivo) en la campanya Esmorzars Cardiosaludables. L'objectiu d'aquesta iniciativa, que té lloc als col·legis de la comunitat autònoma basca, és traslladar al món escolar la generació d'hàbits de vida saludables amb relació a l'alimentació i la vida activa. Per fer-ho, EROSKI aporta productes adequats per esmorzar d'una manera equilibrada.

CONVENI AEDN – EROSKI

Vam signar un conveni anual per al 2010 amb l'Associació Espanyola de Dietistes – Nutricionistes (AEDN), que té com a objectiu difondre els criteris per a una alimentació saludable. El conveni preveia la col·laboració d'AEDN en la campanya Per la teva salut, fixa't i utilitza el semàfor nutricional dels productes EROSKI.

SALÓ DIETA MEDITERRÀNIA

Vam estar presents en el II Saló Dieta Mediterrània, que es va celebrar a IFEMA – MADRID el mes d'octubre. En el nostre estand vam donar a conèixer el semàfor i la calculadora nutricionals, vam fer degustació de productes sense greixos trans i vam organitzar

diverses xerrades-col·loqui sobre salut i nutrició. A més, vam repartir bosses d'avituallament en la Marató per la Dieta Mediterrània celebrada el dia de la cloenda. Segons l'organització, 60.000 persones van passar per aquest esdeveniment, que va durar quatre dies.

CONGRÉS DE LA FESNAD

També vam voler estar presents al II Congrés de les Federacions Espanyoles de la Nutrició (FESNAD) a través de la participació d'Iñaki Larrabeiti, director de Qualitat d'EROSKI, en una taula rodona sobre etiquetatge nutricional.

DIA DE LES PERSONES OBESES

EROSKI va patrocinar aquesta jornada, que va organitzar el mes de desembre, la Societat Espanyola per a l'Estudi de l'Obesitat (SEEDO).

FIRES DE CONSUM

Entre els dies 15 i 18 de març, des d'EROSKI vam participar en la fira organitzada a Molina de Segura (Múrcia) amb motiu del Dia Mundial del Consumidor. En aquest esdeveniment vam disposar d'un estand en el qual es van tractar temes com les bosses reutilitzables, l'eliminació de greixos trans, el semàfor nutricional, els productes FSC... Segons l'organització, 11.000 persones van passar per l'estand d'EROSKI.

A més, el juny també vam participar en un esdeveniment similar organitzat a Pontevedra. A la Fira de Consum que es va fer a Silleda, hi vam contribuir amb la celebració de xerrades amb consumidors i el lliurament de fullets informatius sobre salut i nutrició.

Segons l'organització, l'afluència a aquest esdeveniment va ser d'uns 15.000 consumidors.

DIA DE LA MOBILITAT A SANT SEBASTIÀ

El Moby Bike Eguna es va celebrar el dia 31 de octubre a la capital guipuscoana i es va centrar en l'ús de la bicicleta com a mitjà de transport sostenible i respectuós amb el medi ambient. De la mà d'una associació que lluita contra el càncer, a EROSKI vam posar a la disposició del públic diverses bicicletes elèctriques, les que utilitzem per repartir a domicili, amb l'objectiu que les poguessin provar.

CONVENI AMB EL FÒRUM RURAL MUNDIAL

El 2010 es va renovar, un any més, el conveni amb aquesta entitat. Amb la nostra aportació, ajudem el Fòrum Rural Mundial a aconseguir els seus objectius potenciant els projectes de desenvolupament del món camperol i agrícola i, especialment, del model d'agricultura familiar.

ACCIONS DE SOLIDARITAT

EL COMPROMÍS AMB ELS MÉS NECESSITATS TAMBÉ ESTÀ MOLT PRESENT EN EL NOSTRE DIA A DIA. PER AIXÒ, DES D'EROSKI COL·LABOREM AMB DIVERSES FEDERACIONS I ORGANITZACIONS SOLIDÀRIES APORTANT EL NOSTRE "GRANET DE SORRA" EN TEMES TAN DISPARS COM LA DONACIÓ D'ALIMENTS PER A MENJADORS SOCIALS O LA COOPERACIÓ INTERNACIONAL.



BANC D'ALIMENTS

Durant l'exercici 2010, des d'EROSKI hem donat a la Federació Espanyola de Bancs d'Aliments (FESBAL) més de 2.700 tones de productes.

Com ja és habitual des de fa 14 anys, vam engegar dues campanyes de recollida d'aliments en les quals els consumidors van demostrar la solidaritat donant part de la compra que feien als nostres establiments als més necessitats. El mes de juny es van recollir gairebé 55.000 quilos d'aliments. És la campanya estival més reeixida dels últims anys i vam rebre una felicitació expressa per part del Banc d'Aliments. Per Nadal, la recollida de productes va anar acompanyada d'una campanya solidària específica que va estar molt ben acollida pels nostres clients. En total, es van recollir 175.000 quilos d'aliments.

A aquesta xifra hi hem d'afegir els articles que donem des dels establiments directament: més de 625.000 quilos de minves (productes amb cops a l'envàs, etc.) i, per segon any, més de 1.800 tones de productes frescos i alimentació. Els productes frescos exigeixen un lliurament diari i això tan sols és possible gràcies al compromís de frescor que mantenim a EROSKI. Es retiren de la venda iogurts, postres, ous i pa de motlle amb antelació a la data de caducitat i, així, tenim un marge de temps imprescindible perquè els productes donats arribin en perfectes condicions de qualitat i seguretat.

CALENDARI SOLIDARI

EN VISTA Per Nadal vam posar en venda el Calendari Solidari 2011 al preu d'1 euro. La campanya es va implantar a la línia de caixes, des de la segona quinzena de novembre fins a finals de gener. La recaptació obtinguda es va destinar íntegrament al Banc d'Aliments. La donació es va fer en forma de producte perquè es distribuís entre els menjadors socials principals a cada província, i es va convertir així en un complement a la recollida d'aliments donats directament pels consumidors a la botiga.

LLIURAMENT DE PRODUCTE

Durant el 2010 milers de persones, principalment nens, dones i ancians, van rebre joguines, calçat i roba, amb una valoració econòmica de 162.700 euros, per part d'EROSKI. Vam col·laborar amb la Federació Nens del Món i altres associacions lliurant productes nous, procedents dels hipermercats EROSKI i de la central de compres, que són excedents de temporada o mostres utilitzades per a la definició de gamma dels centres.

VOLUNTARIAT CORPORATIU

Mantenim un conveni de col·laboració amb MUNDUKIDE en l'àmbit de la cooperació internacional, que es basa en la transmissió de la nostra experiència en distribució i comercialització a persones i col·lectius amb els quals MUNDUKIDE impulsa els seus projectes d'intercooperació.



Des del maig del 2010 i fins a l'abril del 2011, una persona d'EROSKI es va desplaçar al Brasil per col·laborar en un projecte de creació d'una xarxa de supermercats que donés resposta a les necessitats dels establerts i els acampats de MST a la regió centre oest de Paranà. El treball es va desenvolupar des de diferents perspectives (comercial, social, compres i marques pròpies) i va fomentar la fórmula de la cooperativa com a model vàlid per a la consecució d'aquests objectius.

DONACIÓ DE MATERIAL ESCOLAR PER AL SÀHARA

EROSKI va col·laborar amb l'Ajuntament d'Elorrio, municipi on l'empresa té la seu social, en una campanya de donació de material escolar per a nens del Sàhara. Gràcies a aquest tipus d'iniciatives, aquests nens disposen de motxilles, quaderns o llapis per anar a l'escola i continuar el seu procés educatiu en unes condicions millors.

METGES SENSE FRONTERES

EROSKI és soci integrant del Cercle d'Empreses Solidàries i col·labora des de fa diversos anys amb contribucions periòdiques al Fons d'Emergència, que fa possible que Metges Sense Fronteres pugui intervenir de manera immediata en emergències derivades de catàstrofes naturals, epidèmies, fams, conflictes armats o grans desplaçaments de població.

Metges Sense Fronteres és una organització medicohumanitària internacional que assisteix poblacions en situació precària i víctimes de catàstrofes i de conflictes armats, sense discriminació de raça, religió o ideologia política.

INTERMÓN OXFAM

Per tercer any consecutiu i en col·laboració amb Intermón Oxfam, hem apostat per una felicitació de Nadal digital, per l'estalvi mediambiental que això suposa. També hem mantingut el suport a Intermón Oxfam, a través d'un projecte que forma part del Programa Mitjans de Vida Sostenibles d'Intermón Oxfam i que el 2010 s'ha dirigit a guanyar la batalla a la fam a Tanzània.

Des d'una perspectiva a llarg termini, l'objectiu principal d'Intermón Oxfam és assegurar l'alimentació fomentant les capacitats productives i associatives de la població perquè puguin tenir aliments tot l'any i generar ingressos de manera estable. Per fer-ho, executa diferents projectes per aconseguir reduir el període d'escassetat de menjar a Tanzània, i dels quals es beneficien unes 70.000 persones.

UNICEF-HAITÍ

Vam col·laborar amb UNICEF en la campanya d'emergència per a la recaptació fons d'Haití. Entre l'aportació d'EROSKI i la dels nostres clients vam aconseguir donar a UNICEF uns 300.000 euros. Segons un informe d'aquesta organització, les ajudes es van destinar principalment a subministrar kits d'higiene, pastilles potabilitzadores, medicaments i material escolar.

UNICEF treballa en més de 150 països i territoris per garantir als nens i les nenes el dret a sobreviure i a desenvolupar-se des de la primera infància fins a l'adolescència. UNICEF, que és el proveïdor de vacunes més gran per als països en desenvolupament, treballa per millorar la salut i la nutrició de la infància, el proveïment d'aigua

i sanejament de qualitat, l'educació bàsica de qualitat per a tots els infants i la protecció dels nens i les nenes contra la violència, l'explotació i el VIH/SIDA. UNICEF es finança amb les contribucions voluntàries de persones, empreses, fundacions i governs.

SUPORT A LES PERSONES AMB DISCAPACITAT

DUEM A DUEM A TERME DIVERSES COL·LABORACIONS AMB ASSOCIACIONS QUE TREBALLEN PER LA INTEGRACIÓ DE PERSONES AMB DISCAPACITAT FÍSICA O MENTAL I PROBLEMES DE SALUT. AQUESTES COL·LABORACIONS ES MATERIALITZEN EN DONACIONS I PATROCINIS D'ACTES LUDICOFORMATIUS I DE SENSIBILITZACIÓ SOCIAL.

DOWN ESPANYA

EROSKI i Down Espanya van signar un conveni de col·laboració per donar forma a un programa que té com a objectiu promoure hàbits de nutrició més sans entre els infants i els adolescents amb síndrome de Down per prevenir l'obesitat i altres problemes de salut derivats en aquest col·lectiu. La Federació Espanyola de Síndrome de Down - Down Espanya aplega 83 institucions de tot Espanya, i és l'organització de referència de la síndrome de Down al nostre país, per la qual cosa el programa arribarà al major nombre possible d'infants i adolescents. A més, es pretén que aquesta eina interactiva estigui disponible en un futur a través de la pàgina web www.sindromedown.net, amb l'objectiu que pugui servir a associacions de parla hispana d'arreu del món.

COCEMFE

COCEMFE és una ONG creada el 1980 per promoure i defensar la millora de les condicions de vida del milió i mig de persones amb discapacitat física d'Espanya. Agrupa 1.700 organitzacions de tot el territori espanyol, que s'organitzen en confederacions autonòmiques, federacions provincials i entitats estatals representants de les diferents discapacitats (Parkinson, hemofília, fibrosi quística, espina bífida...).

El seu mitjà de difusió ve de la mà de la revista En Marcha, publicació de prestigi reconegut que ha servit durant més de 25 anys a l'expressió de la Confederació i que té un gran acolliment per part de les persones del col·lectiu. Des d'EROSKI hem col·laborat amb aquest mitjà de comunicació.

FEKOOR

La Federació Coordinadora de Persones amb Discapacitat Física de Bizkaia (FEKOOR) és l'entitat aglutinadora de les 19 associacions principals de persones amb discapacitat física i/o orgànica de la província, i té com a objectiu la integració social plena dels afectats. En aquests moments té més de 6.800 associats. Vam col·laborar amb FEKOOR en la celebració del Dia Mundial de les Persones amb Discapacitat fet a Bilbao.

BENE

BENE és una associació de familiars i afectats per malalties neuromusculars de Biscaia. Durant el 2010 vam participar en el seu programa de lleure inclusiu a través de l'esport multiaventura, adreçat a les famílies amb infants amb malalties neuromusculars de la província.

Aquest projecte innovador és el primer amb aquestes característiques que l'entitat presenta: activitats de lleure integrador i terapèutic, totalment adaptat, en contacte amb la naturalesa i diferenciant l'etapa vital que viuen els nens amb malalties neuromusculars, tenint en compte les necessitats que tenen de relacions socials.

Aquesta activitat potencia l'autonomia personal i les habilitats socials, absolutament imprescindibles en una societat relacional com la nostra, que permeten als nens i a les seves famílies desenvolupar una vida molt més completa i autònoma malgrat les limitacions. També permet ampliar el vincle de relacions socials entre nens afectats i els seus pares i mares, la qual cosa garanteix un lleure molt més normalitzat i menys restringit.

Amb aquest programa es dona resposta al gran problema que suposen normalment els espais de lleure, siguin oberts o tancats, perquè no tenen en compte les necessitats de persones amb malalties neuromusculars (adaptació de l'habitació o del bany, suport assistencial dels monitors o organitzadors, activitats que requereixen una capacitat física normal...).

EUSKAL GORRAK

L'objectiu primordial de la Federació Basca d'Associacions de Persones Sordes és cobrir els serveis globals i generals, i alhora reforçar l'estructura del moviment associatiu de tota la comunitat autònoma basca. D'aquesta manera, els reptes més importants que es volen aconseguir són la desaparició de les barreres de comunicació i el reconeixement oficial del llenguatge de signes a la CAV.

El 2010 vam col·laborar amb la Federació Basca d'Associacions de Persones Sordes, Euskal Gorraak, tant en la Jornada de Moviment Associatiu com en la celebració del seu 30è aniversari.

ASSOCIACIÓ D'ESCLEROSI MÚLTIPLE EUGENIA EPALZA

Com és habitual des de fa diversos anys, des d'EROSKI participem en la campanya Mójate-Buzti Zaitetz 2010, que cada estiu des de fa 13 anys se celebra en platges i piscines de diverses localitats del País Basc. L'objectiu és sensibilitzar la ciutadania sobre la problemàtica d'aquest col·lectiu.

La campanya Mójate-Buzti Zaitetz 2010, celebrada el dia 11 de juliol, tenia com a finalitat obtenir ingressos destinats a finançar els serveis de re-



habilitació necessaris per millorar la qualitat de vida de les persones que pateixen aquesta malaltia incurable. Any rere any augmenta la participació de persones en aquests actes, com també les personalitats que donen suport públicament a aquest esdeveniment.

ONCE

Des d'EROSKI vam donar suport a la Setmana de l'ONCE a Euskadi, com ja havíem fet en edicions anteriors. El propòsit de l'acte és donar a conèixer el missatge d'integració social de la gent amb discapacitat i oferir un espai de trobada entre les persones vinculades a l'entitat i la ciutadania en general.

L'ONCE és una corporació sense ànim de lucre que té com a missió millorar la qualitat de vida de les persones cegues i amb discapacitat visual de tot Espanya. És una institució de caràcter social i democràtica, solidària també amb les persones afectades per discapacitats diferents de la ceguesa.

EUSKADI PKU ELKARTEA

Prestem el nostre suport a l'associació que representa persones que pateixen fenilcetonúria i altres errors de metabolisme.

La fenilcetonúria o PKU (de l'anglès phenylketonuria) és un trastorn heretat que afecta la química de l'organisme i que, si no es tracta oportunament, provoca retard mental. Afortunadament, gràcies a les proves habituals de diagnòstic de nounats, ara és possible diagnosticar i tractar aviat gairebé tots els bebès afectats per aquest trastorn i permetre que creixin i es desenvolupin amb una intel·ligència normal.

GURE SEÑEAK

El 2010 l'Associació Gure Señeak va organitzar amb finalitats solidàries un seguit d'esdeveniments per recaptar fons destinats a pal·liar les despeses excessives que estan tenint les famílies de Derio (Biscaia) per millorar la qualitat de vida dels nens i les nenes afectats per malalties estranyes. Des que es va crear, l'associació s'ha centrat a donar suport a les famílies afectades per aquestes patologies. EROSKI ha participat en aquests esdeveniments amb l'objectiu de recaptar fons per a l'associació.

IFIMAV

IFIMAV és l'Institut de Formació i Investigació Marqués de Valdecilla. L'objectiu que té és fomentar la investigació i la generació de coneixement científic i tecnològic a l'entorn del Servei Càntabre de Salut i molt especialment a l'Hospital Universitari Marqués de Valdecilla. Des d'EROSKI hi hem col·laborat econòmicament perquè l'estudi sobre la meningitis que està desenvolupant IFIMAV es continuï desenvolupant satisfactòriament i assoleixi els objectius proposats.

EROSKI I EL BASC

La nostra sensibilitat cap al basc queda patent dins de la pròpia organització, ja que en fomentem l'ús per part dels treballadors de la zona cooperativa però també de portes cap enfora, ja que donem suport a diverses iniciatives que promouen la normalització d'aquesta llengua.

Tal com fem des de fa anys, el 2010 vam tornar a col·laborar amb la celebració de la Fira del Llibre i Disc Basc a Durango, la més important del sector. A més, vam signar un conveni amb la Confederació de les Ikastoles per donar suport a les cinc festes que aquests centres escolars celebren als territoris respectius. La signatura, que es va repetir el 2010 després de diversos anys de col·laboració, implica ajudes en metàl·lic, la cessió per part d'EROSKI d'un espai a l'hipermercat més proper al lloc de la celebració per vendre material relacionat amb la festa, el préstec de camions de refrigeració per a l'organització de la mateixa i el subministrament de la cinta per marcar part del recorregut.

El nostre suport al basc es reflecteix també en EROSKI CONSUMER, que fa un tiratge en basc de 15.000 exemplars, la qual cosa la converteix en una de les publicacions més llegides en matèria de consum en basc. El contingut lingüístic de la revista, format per totes les publicacions en basc dels dotze últims anys, és un recurs molt valuós per millorar i instruir-se en els sistemes de traducció automàtica, per extreure'n la terminologia característica i per a l'estudi i la formació de traductors.

Per això, EROSKI col·labora amb la FUNDACIÓ ELHUYAR per desenvolupar eines a Internet que permetin consultar tot aquest contingut i el

corpus lingüístic de manera pública. Des del gener del 2009, ja està disponible a <http://corpus.consumer.es> i permet fer tot tipus de cerques. És, per tant, una eina plurilingüe que pot servir com a diccionari de termes de consum.

CONCURS BIZKAIA MAITEA DE LA DIPUTACIÓ FORAL DE BISCAIA

Ja fa diversos anys que patrocinem aquest certamen organitzat per la revista Bizkaia Maitea de la Diputació Foral de Biscaia. Es tracta d'una iniciativa adreçada al públic infantil i juvenil. Els participants poden demostrar el seu talent i bolcar-lo en la disciplina que s'estimin més (pintura, fotografia, art digital i relats breus), sempre que el seu treball estigui relacionat amb el medi ambient i amb la conscienciació social a l'entorn d'aquest tema.

HOMENATGE A SEGUNDO OLAETA

Vam participar en l'homenatge fet a Segundo Olaeta al teatre Arriaga de Bilbao. L'acte, celebrat en memòria d'aquest músic i coreògraf biscaí, es va organitzar a través de l'Associació Ballets Olaeta-Olaeta Balleta Elkarte i té amb el suport de l'Ajuntament de Bilbao i la Diputació Foral de Biscaia.

PUJADA A ARTXANDA

EROSKI ha estat un dels patrocinadors en la primera edició de la Marxa Popular Pujada a Artxanda (Bilbao), que va organitzar El Correo el mes d'octubre. Uns 4.500 aficionats a la muntanya es van posar a prova en aquesta primera

convocatòria i van superar amb èxit els 323 metres d'ascensió. Els diners recaptats amb les inscripcions, més d'11.000 euros, es va donar a la residència Reial Casa de la Misericòrdia de Bilbao.



PREMIS I RECONeixEMENTS OBTINGUTS EL 2010



Premi FSC International Partner Award

COMPROMESOS AMB EL CONSUM RESPONSABLE

AA A EROSKI, hem rebut el premi FSC International Partner Award pel nostre compromís en la venda i la divulgació de productes FSC, que garanteixen un ús responsable dels recursos forestals en la seva fabricació i comercialització.

A FAVOR DE LES ENERGIES SOSTENIBLES

L'any 2010, EROSKI ha estat reconegut com a col·laborador oficial de la campanya Europa Energia Sostenible, la iniciativa més gran de la Unió Europea per promoure les energies sostenibles.



Accésit al premi "Espiga de Oro"

LA SOLIDARITAT D'EROSKI, PREMIADA PER FESBAL

EROSKI ha obtingut un accésit al premi Espiga de Oro que concedeix la Federació Espanyola de Banc d'Aliments (FESBAL) per la nostra ajuda als més necessitats a través de les campanyes de recollida d'aliments.



Telefónica Ability Awards

FINALISTA DELS TELEFÓNICA ABILITY AWARDS

EROSKI ha estat finalista dels Telefónica Ability Awards, uns premis que reconeixen models de negoci sostenibles amb la inclusió de persones amb discapacitat en la cadena de creació de valor.



Premis ÑH

EROSKI CONSUMER, UN PROJECTE PREMIAT

El 2010, hem obtingut un accésit en els premis ÑH de disseny i Internet i el premi honorífic al millor web en temes de medi ambient que atorga AMETIC, la patronal de les empreses de noves tecnologies.